

数字资本主义视角下电子商务平台的资本积累逻辑及其批判

——以淘宝、京东为例

金 威

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年12月15日; 录用日期: 2025年12月26日; 发布日期: 2025年12月31日

摘要

随着信息技术的快速发展和互联网的普及, 电子商务已成为现代商业活动的重要组成部分。本文从数字资本主义理论出发, 剖析了淘宝与京东两大电商平台的资本积累逻辑。二者虽在路径上存在差异, 但本质上均以数据和平台为核心, 通过构建垄断市场、剥削数字劳动、驱动数据金融化实现资本增殖。这种积累模式在提升效率的同时, 也导致了劳动异化、社会保障缺失及消费主体性危机等深层社会矛盾。化解矛盾不能依赖资本自律, 而必须通过创设“依赖性自雇者”法律类别、实施算法治理等强有力的公共治理重构, 对平台权力进行制衡, 以引导技术服务于社会公共利益与人的全面发展。

关键词

数字资本主义, 电子商务平台, 资本积累

The Logic and Critique of Capital Accumulation on E-Commerce Platforms from the Perspective of Digital Capitalism

—A Case Study of Taobao and JD.com

Wei Jin

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: December 15, 2025; accepted: December 26, 2025; published: December 31, 2025

文章引用: 金威. 数字资本主义视角下电子商务平台的资本积累逻辑及其批判[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 6682-6689. DOI: 10.12677/ecl.2025.14124661

Abstract

With the rapid development of information technology and the widespread adoption of the internet, e-commerce has become an important component of modern commercial activities. This article, grounded in the theory of digital capitalism, analyzes the capital accumulation logic of two major e-commerce platforms, Taobao and JD.com. While their pathways differ, both essentially center on data and platforms, achieving capital proliferation by constructing monopolistic markets, exploiting digital labor, and driving data financialization. While this accumulation model enhances efficiency, it simultaneously leads to deeper social contradictions, such as labor alienation, deficiencies in social security, and crises of consumer subjectivity. Resolving these contradictions cannot rely on capital self-regulation. Instead, it necessitates the reconstruction of robust public governance measures—such as creating a legal category for “dependent self-employed workers” and implementing algorithmic governance—to check and balance platform power. This approach aims to steer technology toward serving the public interest and the comprehensive development of individuals.

Keywords

Digital Capitalism, E-Commerce Platform, Capital Accumulation

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

数字时代背景下，平台经济已深度融入社会经济生活，成为数字资本主义的核心载体。以淘宝、京东为代表的头部电商平台，凭借不同的商业模式实现资本积累，路径虽有差异却暗藏共性逻辑。数据取代传统生产资料成为核心要素，平台通过算法、规则等手段，将用户行为转化为可资本化的价值，构建起独特的积累机制。

与此同时，平台积累过程中也催生了劳动异化、消费引导、权益保障等诸多问题，反映出数字资本增殖与社会公平之间的张力。基于此，聚焦两大平台的积累实践，剖析其差异化路径与共性逻辑，审视背后的深层矛盾并探索治理方向，对理解数字经济的发展规律、实现技术进步与社会公平的平衡具有重要意义。

2. 理论框架：数字资本主义与平台作为积累装置

(一) 略说数字资本主义

“数字资本主义”最早由丹·席勒在其 1999 年的著作《数字资本主义》中提出，指出数字已成为资本主义先进技术和全面影响资本主义社会的重要支配力量^[1]。数字资本主义区别于传统工业资本主义的根本标识，在于“数据取代了传统的原材料和机器，成为最核心的生产资料”^[2]。在马克思的分析中，生产资料是生产剩余价值的物质条件。而在今天，我们的每一次点击、搜索、浏览、交易，甚至社交互动，都被转化为数据，成为可以被收集、分析、加工和交易的特殊商品。这些数据能够精准预测需求、优化生产、操纵消费，从而创造出巨大的经济价值。

把握数字资本主义可从两个转变入手：其一，从产业资本主导到信息资本主导。传统工业资本主义

的核心是工厂、机器和流水线，资本积累主要通过对物质生产过程的控制和工人的体力劳动剥削实现。而在数字资本主义中，价值创造的重心发生了转移。信息处理、知识生产、符号创造和关系管理成为价值的主要来源。这种资本形态的转变，导致了资本主义正从以商品生产为中心，转向以数据提取为中心[3]。其二，积累的逻辑从“生产剩余价值”扩展到“提取数据价值”。马克思在《资本论》中精辟地分析了剩余价值的生产过程：资本家购买劳动力，工人在劳动中创造出超过自身工资的价值，这部分被无偿占有的价值就是剩余价值。在数字平台上，这一过程以一种更加隐蔽和复杂的方式进行。用户在平台上浏览比价、撰写评价、建立社交关系、生成内容，这些活动都在为平台创造价值，但我们很少为此获得直接报酬。福克斯将这种现象称为“玩劳动”(Playbour)或“产消者劳动”(Prosumer Labour)，即休闲和消费活动本身被资本殖民，成为无偿的价值源泉[4]。

(二) 平台的概念演化

“平台”这一概念最初主要指计算机领域的基础技术架构或操作系统。此时，平台是中立的“技术基座”，价值源于其稳定性和开放性。然而，随着互联网经济的兴起，“平台”的内涵迅速向经济组织模式跃升。以淘宝、京东为代表的电子商务平台，本质上构建了一个连接多方的数字市场。平台自身不直接生产商品，而是通过制定交易规则、设计互动界面、提供信用体系和利用算法匹配供需，成为市场的组织者、管理者与仲裁者。其核心盈利模式也从软件销售，转变为对市场交易本身的介入与抽成。

更进一步，当少数巨型平台深度渗透社会各领域时，它们便具备了社会基础设施的属性。今天的淘宝和京东，已远不止是购物网站。它们集支付、金融、物流、云计算乃至本地生活服务于一体，构筑了数字化生存的基础生态。正如传播学者范·迪克所言，我们已进入“平台社会”[5]。最终，平台演化为一种数据提取与治理的综合性装置。其所有技术功能、经济规则与社会渗透，最终都服务于数据的持续积累与资本化。从用户在淘宝的每一次点击、收藏、比价，到京东仓储物流的实时数据，平台将人类行为全面转化为可分析、可预测、可货币化的数据流。这使其不仅能优化服务，更能通过算法实现对行为习惯的隐形引导与塑造。

(三) 作为“资本积累装置”的平台

马克思曾指出：“资本不是物，而是一定的、社会的、属于一定历史社会形态的生产关系。”[6]平台正是数字时代这种生产关系得以确立和再生产的关键枢纽。它主要通过以下几种相互强化的机制来实现资本的快速、大规模积累：

第一，构建垄断性市场，征收“数字租金”[7]。平台利用网络效应快速聚合用户，形成市场支配地位后，便可通过规则制定权征收租金。例如，淘宝作为典型的“数字集市”，其核心收入来源于商家支付的广告推广费和交易佣金，这本质上是平台凭借流量垄断地位征收的“通道税”。而京东虽然以自营差价为主营收入，但其向第三方商家开放平台后，同样通过扣点、广告和仓储服务费等形式获取租金收益。

第二，组织并剥削“隐性数字劳动”。平台用户的浏览、评价、分享等行为构成无偿的“产消者劳动”，持续为平台创造数据与网络价值。淘宝的“买家秀”、商品问答区等内容，实质是消费者免费提供的营销素材与决策数据；京东的商品评价体系也依赖用户自发维护。同时，平台生态中的快递员、客服等正式劳动者，则面临算法优化下的高强度劳动与权益保障缺失问题。

第三，驱动数据资本化与金融化循环。平台将积累的海量数据转化为金融资本，开辟更高级的积累路径。淘宝的交易数据直接支撑了蚂蚁集团的信用评估体系，衍生出面向商家和消费者的信贷业务；京东则基于供应链数据推出“京保贝”等供应链金融产品，将商业信用转化为金融利润。这种模式意味着平台不仅从当下交易中获利，更通过金融工具将未来的消费与生产能力提前变现。

综上所述，平台通过“市场垄断、劳动剥削与数据金融化”的正反馈循环，实现了资本与权力的加速集中。淘宝与京东的实践表明，无论其商业模式存在何种差异，最终都殊途同归地强化了平台作为资

本积累核心装置的本质逻辑。

3. 双轨并行：淘宝与京东资本积累的差异化路径比较

在数字资本主义语境下，淘宝与京东作为中国电子商务领域的头部平台，均以数据为核心生产要素、以平台为积累载体实现资本增殖，但二者基于初始基因与发展战略的差异，形成了“平台赋能型”与“重资产整合型”两条差异化的资本积累路径。淘宝依托C2C基因构建开放生态，通过数据垄断与流量分配实现轻资产积累；京东凭借B2C+自营模式，以供应链整合与物流布局完成重资产积累。

(一) 平台基因差异

平台基因差异奠定积累路径的底层逻辑，这是淘宝与京东资本积累分化的根源。淘宝自2003年成立之初便确立C2C开放平台定位，初期以“免费入驻”模式快速吸引海量中小商家与个人用户，形成“用户-商家”双向增长的网络效应。这种开放基因决定了淘宝的积累基础是“生态规模扩张”，核心目标是通过最大化用户与商家数量，实现数据资源的快速积累与垄断。截至2024年，淘宝月活跃用户已超8亿，年活跃买家超过7亿人^[8]，海量的交易数据、行为数据与社交数据构成其资本积累的核心资产。

与之相反，京东以B2C自营模式起步，初期聚焦3C家电品类，强调“正品保障”与“物流时效”，形成重资产运营基因。京东的积累基础是“供应链与服务壁垒构建”，通过自建仓储物流体系、直接对接品牌厂商，实现对商品流通全链条的控制。截至2024年，京东物流已在全国运营自营仓库及云仓超过3600个，配送几乎覆盖全国所有区县^[9]，这种重资产投入虽短期内压制利润增长，但形成了难以复制的服务壁垒，为长期资本积累奠定基础。两种基因差异本质上反映了数字资本积累的两种策略：淘宝以“规模优先”实现数据快速变现，京东以“壁垒优先”实现长期价值沉淀。

(二) 核心积累机制差异

核心积累机制的差异，构成二者路径分化的核心内核。淘宝的核心积累机制是“数据生产资料化+流量垄断化”，通过开放生态收集海量数据，再以算法为工具实现数据价值转化与流量分配。在数据获取层面，淘宝通过平台交易、阿里旺旺社交、支付宝支付等多端口，全方位收集用户浏览记录、搜索关键词、交易偏好、支付习惯等数据，形成精准的用户画像；在数据转化层面，通过“直通车”“钻展”等广告产品，将流量资源按竞价模式分配给商家，实现数据价值的直接变现；在垄断强化层面，利用网络效应形成“商家越多-用户越多-数据越多”的正向循环，通过制定入驻规则、信用评级、处罚机制等，掌握平台生态的绝对话语权，挤压中小商家利润空间，实现资本积累规模的持续扩张。

京东的核心积累机制是“供应链整合+服务增值”，通过重资产投入实现对商品流通全链条的控制，以服务差异化提升用户粘性与溢价能力。在供应链整合层面，京东直接与华为、苹果、海尔等品牌厂商建立合作，通过批量采购获得价格优势，同时通过自建物流实现“产地-仓库-用户”的全链路把控，降低流通成本；在服务增值层面，推出“211限时达”“上门退换货”等特色服务，以服务质量提升用户付费意愿，推动客单价持续提升；在数据利用层面，京东依托自营业务积累的精准交易数据与物流数据，优化库存管理与供应链效率，降低运营成本，同时为平台商家提供供应链金融、物流仓储等增值服务，拓展积累渠道。

(三) 盈利结构差异

盈利结构的差异，反映二者资本积累的变现路径分化。淘宝的盈利逻辑以轻资产运营为核心，依托其开放生态所汇聚的海量用户与商家资源，实现价值变现淘宝核心盈利来源聚焦于流量与数据的市场化运作，一方面通过各类推广服务，帮助商家精准触达目标用户，从中获取收益，这实质上是将用户行为转化的数据价值转化为实际利润；另一方面则通过对平台内交易活动的规则把控，从中获取相应收益，盈利重心始终围绕数据与流量的价值挖掘。这种模式无需承担重资产运营的压力，利润空间相对可观，

但也因高度依赖生态规模与流量垄断地位，易受市场竞争格局变动及监管政策调整的影响，稳定性相对较弱。

京东的盈利逻辑则立足于重资产布局，核心围绕实体服务与供应链把控展开。通过直接参与商品流通环节，凭借对供应链的深度整合与把控，实现价值增值；同时，依托自建的物流服务体系，为用户与商家提供高效的履约服务，以此获取额外收益。此外，虽也涉及平台佣金与广告等轻资产盈利方式，但占比相对有限。这种模式建立在坚实的实体服务与供应链壁垒之上，受流量波动的影响较小，盈利稳定性更强，但重资产运营需要持续的资金投入，前期利润空间易受挤压，整体盈利效率相对低于淘宝[10]。两种盈利结构的差异，本质是数字资本在“数据价值挖掘”与“实体服务增值”两条核心路径上的不同抉择，印证了数字资本主义语境下资本积累方式的多样性。

4. 殊途同归：淘宝与京东资本积累的共性逻辑深化

在数字资本主义浪潮下，淘宝“轻资产数据驱动”与京东“重资产服务驱动”的积累路径看似迥异，实则遵循着数字资本增殖的共性逻辑。二者虽在积累基础、实现方式上存在差异，但本质上均以平台为核心载体，以数据为关键生产资料，以垄断为核心保障，最终指向资本无限积累的终极目标。

淘宝C2C开放生态与京东B2C自营模式的基因差异，决定了二者积累路径的“殊途”，但这种差异仅为实现资本积累的策略选择，并未偏离数字资本积累的核心本质。淘宝以“免费入驻”快速扩张生态规模，通过海量用户与商家的互动生成数据资产，本质是将用户行为与商家经营活动转化为可资本化的数字劳动；京东以重资产投入构建供应链与物流壁垒，通过全链条把控提升服务质量与运营效率，本质是通过对流通环节的控制，最大化挖掘商品与服务中的剩余价值。两种模式的底层逻辑，均契合马克思主义资本积累理论中“剩余价值资本化”的核心要义，只是在数字时代将剩余价值的来源从传统体力劳动拓展至数字劳动与服务劳动，将积累载体从工厂拓展至平台。

从积累的核心驱动要素来看，淘宝与京东均以“数据”为核心生产资料，以“算法”为价值转化工具，形成“数据-算法-价值增殖”的共性驱动链条。淘宝通过多端口收集用户浏览、交易、社交等海量数据，借助算法构建用户画像，实现流量精准分配与广告精准投放，完成数据价值的变现；京东虽侧重供应链与物流，但同样依赖数据优化运营，即通过用户交易数据预测市场需求、通过物流数据优化仓储布局与配送路径、通过商家数据提供供应链金融服务。数据的非竞争性、可复制性特征，使其突破了传统生产资料的稀缺性限制，成为二者实现规模扩张与价值增殖的核心依托；而算法作为数字资本的技术载体，不仅提升了价值转化效率，更实现了对生态内主体的隐性控制，成为二者资本积累的核心驱动力。正如福克斯所言，平台用户的在线活动是一种创造价值的“数字劳动”，构成了平台资本积累的价值源泉[11]。淘宝与京东的积累过程，本质都是对用户数字劳动所产生的数据价值的占有与资本化。

垄断逻辑的强化与深化，是淘宝与京东资本积累共性逻辑的核心体现。二者均通过构建网络效应，形成市场垄断地位，进而通过规则制定实现对生态内主体的价值分配的主导权。淘宝依托“用户-商家”双向网络效应，成为C2C领域的绝对主导者，通过“直通车”“钻展”等流量分配规则，将流量资源向付费能力强的商家倾斜，挤压中小商家利润空间；京东则通过供应链与物流壁垒，在B2C高端市场形成差异化垄断，通过批量采购、渠道控制等方式，掌握与品牌厂商的议价权，同时通过平台规则约束入驻商家。无论是淘宝还是京东，其垄断权力的核心，都已从“市场的拥有者”升维为“生态的立法者与仲裁者”。它们通过构建一个相对封闭的商业生态系统，并单方面制定其中的交易、定价、信用与奖惩规则，从而牢牢掌握了生态内价值分配的主导权。面对平台垄断带来的市场失衡，国家层面通过反垄断政策进行干预与规制。2021年市场监管总局依《反垄断法》对阿里“二选一”垄断行为罚款182.28亿元；2022年起，九部门治理“二选一”、四部门规制算法，专项整治“大数据杀熟”等乱象。平台随之积极调适，

淘宝开放流量入口、简化推广计费；京东优化商家扣点、强化合规合作，形成“国家规制-平台调适”动态博弈。

在盈利结构的差异背后，隐藏着“价值分配多元化”的共性逻辑。淘宝以广告服务、平台佣金为核心盈利来源，本质是对商家与用户数据价值的直接掠夺；京东以商品销售、物流服务为核心盈利来源，本质是对供应链上下游价值与物流劳动者剩余价值的掠夺。二者均通过“多元化价值分配机制”实现资本积累：一方面，通过流量竞价、渠道控制等方式影响商家经营成本与利润空间；另一方面，通过算法管理、劳动外包等方式控制平台劳动者的薪酬待遇与工作强度；此外，通过对用户数据的收集利用，实现数据价值的二次转化。

5. 批判性审视：基于双案例的积累后果分析

平台资本积累逻辑在重塑经济格局的同时，也带来了多维度的社会结构性后果。淘宝与京东的发展轨迹，为理解数字资本主义的内在矛盾提供了鲜活的批判性样本。

(一) 劳动异化的新形态与社会保障缺失

平台经济重构了劳动过程，催生了多重异化现象。在劳动控制层面，以京东物流的“预分拣系统”为代表，算法不仅规划配送路线，更将每日工作量、作业节奏乃至动作细节纳入精密计算，构筑了一种“数字泰勒主义”的现代版本[12]。在劳动身份层面，淘宝平台上的中小商家陷入“数字化计件工资”困境[13]。他们不仅是经营者，更是平台的“数据生产者”“内容创作者”和“24小时客服”。平台通过“生意参谋”等数据工具，将经营绩效量化为实时排名，迫使商家进行自我规训。这种“创业者”表象下的“数字劳工”实质，模糊了资本与劳动的界限，却未改变剩余价值被平台提取的本质。

最严峻的是社会保障的结构性缺失。北京大学国家发展研究院的李力行教授在接受《观察者网》采访时，明确指出了平台零工劳动者在社会保障方面面临的结构性困境。“随着平台经济发展，就业变得更灵活化、零工化，很多人没有固定的就业单位，这也就意味着传统意义上的五险一金和包括培训在内的政府公共服务，劳动者无法公平地享受到它们。”[14]平台通过“去劳动关系化”将社会再生产成本外部化，形成了“私人积累、公共承担风险”的失衡结构。当经济波动来临时，这些缺乏保障的群体成为最脆弱的缓冲层。

(二) 消费选择的算法引导与主体性危机

平台算法不仅匹配需求，更在系统性塑造消费行为。淘宝的“千人千面”推荐系统，基于超过2000个用户标签进行商品推送，创造了“过滤气泡”式的消费环境。不同用户的信息界面差异显著，这导致消费选择在表面个性化的同时，实质被算法逻辑深度限定。购物节机制的常态化，如“双十一”“618”，将消费行为纳入平台的时空规划。京东2025年“618”期间创造的超22亿订单量的背后，是长达数周的预售锁定、复杂的优惠计算和限时抢购设计。这套组合策略的本质，是一种“时间维度的规训”，它将自然的时间流切割、打包，植入资本的增殖周期，使消费者的注意力、购买力乃至生活节奏都被同步纳入平台预设的商业节律之中[15]。

更根本的危机在于主体性的算法解构。当消费偏好被数据预测、购买决策被推荐引导、支付过程被信用工具中介时，消费者的“理性选择”越来越成为平台算法的函数输出。无论是“猜你喜欢”所展现的高命中率，还是“智能补货”对区域需求的精准预测，都标志着平台在解读甚至“书写”消费欲望方面能力的飞跃。数字平台在提供便利的同时，正在将人的欲望、判断乃至自我认知，纳入可计算、可操控的资本循环。

6. 结论与展望

淘宝与京东殊途同归的发展轨迹，彰显了数字资本主义的核心矛盾：它在创造效率与便利的同时，

亦在系统性地重塑不平等的劳动关系。平台经济展现出深刻的二重性：一面以开放之名吸纳万千商家与消费者，另一面却通过流量竞价、算法规则与时空规划，隐秘地将利润与选择权收归平台，使前者沦为“数字计件工”，使后者陷入“时间殖民”。效率奇迹的背后，是将劳动力再生产成本与风险成功外部化给劳动者个体与社会。

要破解这一“私人积累、公共承担风险”的困局，无法寄望于资本的自觉，必须依靠强有力的公共治理介入。规制重心需从传统反垄断转向对平台复合型权力的系统性制衡。

其一，直面劳动事实，重塑保障体系。当“平台-个体”的协作模式已成常态，法律必须超越传统劳动关系框架，创设“依赖性自雇者”这一新的权利主体[16]。对收入来源与劳动过程高度依赖单一平台的从业者，建立平台强制参保与费用分摊机制。立法要求平台对“依赖性自雇者”按不低于当地职工社保缴费基数的20%缴纳社会保险费，个人缴纳比例按灵活就业人员标准执行；针对职业伤害风险较高的物流、客服等岗位，设立平台专属职业伤害保险，保费由平台全额承担，赔付标准不低于工伤保险条例规定的待遇水平。

其二，破解算法黑箱，重夺主体权利。算法的不透明性是平台实施隐蔽控制的技术基石。必须立法建立分级分类的算法备案与社会影响评估制度，强制平台对其核心算法的逻辑、参数及潜在歧视性影响向独立机构备案并定期报告[17]。更为根本的是，要将选择权实质性地交还用户，例如在法律上明确消费者的“算法拒绝权”，要求平台在显著位置提供关闭个性化推荐、使用非算法排序的便捷选项，保障人们退出“过滤气泡”、自主决策的基本自由。同时，建立算法争议解决机制。全国互联网法院设立专门的算法纠纷法庭，受理劳动者、商家、消费者因算法歧视、算法剥削引发的民事纠纷；明确平台对算法决策的举证责任，要求平台提供算法运行的关键数据与逻辑说明；支持行业协会建立算法合规自律标准，鼓励平台加入自律组织，接受社会监督。

综上所述，对淘宝与京东的批判性审视，其最终目的绝非否定数字技术所蕴含的进步潜能，而是为了进行一场至关重要的警醒：在技术革命呼啸而至的时代，我们社会的制度设计、法律框架与价值选择，将最终决定技术的演进是服务于资本增殖的单一目的，还是助力于人的自由全面发展与社会公平正义的共赢图景。平台经济的未来形态，并非由技术自动生成，它恰恰取决于我们今天能否以巨大的智慧与勇气，完成这场艰巨的公共治理革命。这不仅是对中国发展道路的一次关键考验，亦是为数字文明时代的人类社会探索一种可能的、更富有人文关怀的未来。

参考文献

- [1] [美]丹·席勒. 数字资本主义[M]. 杨立平, 译. 南昌: 江西人民出版社, 2001.
- [2] 丁晓钦, 柴巧燕. 数字资本主义的兴起及其引发的社会变革——兼论社会主义中国如何发展数字经济[J]. 毛泽东邓小平理论研究, 2020(6): 40-45, 108.
- [3] 许光耀. 平台经济的构成要素及其对反垄断法的挑战[J]. 政法论丛, 2025(6): 31-45.
- [4] 许璐璐. 克里斯蒂安·福克斯数字劳动理论的批判与困境[J/OL]. 长江师范学院学报: 1-8. <https://link.cnki.net/urlid/50.1195.Z.20251127.1019.002>, 2025-12-14.
- [5] Van Dijck, J., Poell, T. and De Waal, M. (2018) The Platform Society: Public Values in a Connective World. Oxford University Press, 4 p.
- [6] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集(第7卷) [M]. 北京: 人民出版社, 2009: 922.
- [7] 刘婷. 当代资本主义数字地租的批判性分析——基于马克思的地租理论[J]. 世界社会主义研究, 2025, 10(10): 58-73, 115.
- [8] 淘宝用户规模有多大? 2024年最新数据揭秘! [EB/OL]. https://bk.taobao.com/k/taobaodongxi_19172/b8c3f0769c38cc09122dd9eed56478bb.html, 2025-10-10.
- [9] 京东物流年营收1828亿: 净利79亿 2025年底海外仓面积将翻番[EB/OL].

<https://news.qq.com/rain/a/20250306A082AX00>, 2025-03-06.

- [10] 皮珊, 彭胡安. 京东盈利模式价值创造分析[J]. 湖南财政经济学院学报, 2025, 41(5): 51-59.
- [11] [英]克里斯蒂安·福克斯. 数字劳动与卡尔马克思[M]. 周延云, 译. 北京: 人民出版社, 2020.
- [12] 李贵成, 李静源. 数字和谐劳动关系的建构逻辑、困境检视与实现路径[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2025, 42(5): 130-139.
- [13] 骆笑. 算法何以成为新工厂法典——基于马克思主义政治经济学的批判[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2025(5): 10-23, 167-168.
- [14] 《观察者网》专访李力行: 平台经济发展, 给以单位为基础的公共服务体系带来挑战[EB/OL]. <https://www.nsd.pku.edu.cn/sylm/xw/524830.htm>, 2022-08-05.
- [15] 张文龙, 何绍坤. 数字资本主义“时间殖民”的当代形态、运行机制与中国方案[J/OL]. 合肥工业大学学报(社会科学版): 1-12. <https://link.cnki.net/urlid/34.1170.C.20251205.2011.002>, 2025-12-14.
- [16] 王保民, 武朝阳. 人工智能异化风险的实践法哲学反思[J]. 西安交通大学学报(社会科学版), 2025, 45(6): 110-120.
- [17] 王冰, 杨俊伍, 奚莹. 探索数智时代社会治理新范式——以游戏平台治理实践为“先行试验场” [J]. 社会主义论坛, 2025(11): 25-26.